

## ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBELIAN KONSUMEN PADA HYPERMART CABANG PONTIANAK KALIMANATAN BARAT

L. Gusti Resanika<sup>1</sup>

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

### ABSTRAK

*Hypermart sejak hadir di Indonesia secara perlahan membentuk image yang baik dalam masyarakat. Dengan image perusahaan Hypermart yang baik dalam masyarakat, menjadikan Hypermart sebagai perusahaan pengecer yang terkemuka dan populer di masyarakat. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kolerasional (correlational study), di mana penelitian ini di rancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi, dalam hal ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komponen brand image yaitu Citra Perusahaan, Citra Pemakai, dan Citra produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Hypermart di kota Pontianak, serta untuk menganalisis apakah variabel Citra produk (product image) yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Untuk mengetahui hal tersebut maka di gunakan analisis regresi berganda, uji t dan uji F. Penelitian ini di lakukan pada konsumen Hypermart dengan jumlah sampel 100 responden, pengambilan sampel di lakukan dengan menggunakan teknik Probability Sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan hasil uji t, uji F dan regresi berganda dapat di ketahui bahwa ke tiga variabel yaitu citra pembuat ( $X_1$ ), Citra pemakai ( $X_2$ ) dan Citra produk ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil analis, di ketahui bahwa variabel Citra produk ( $X_3$ ) merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen. Hal ini dapat di lihat dari hasil nilai koefisien regresi pada Standardized Coefficients yang paling tinggi. Hal ini dapat di ketahui dari hasil nilai koefisien regresi sebagai berikut :  $X_1$  sebesar 0,360,  $X_2$  sebesar 0,185 dan  $X_3$  sebesar 1,103.*

*Kata Kunci : Brand Image, dan Keputusan Pembelian Konsumen.*

---

<sup>1</sup> Jl. Imam Bonjol, Pontianak, Kalbar, 78124. Email: [lydia.resanika@gmail.com](mailto:lydia.resanika@gmail.com)